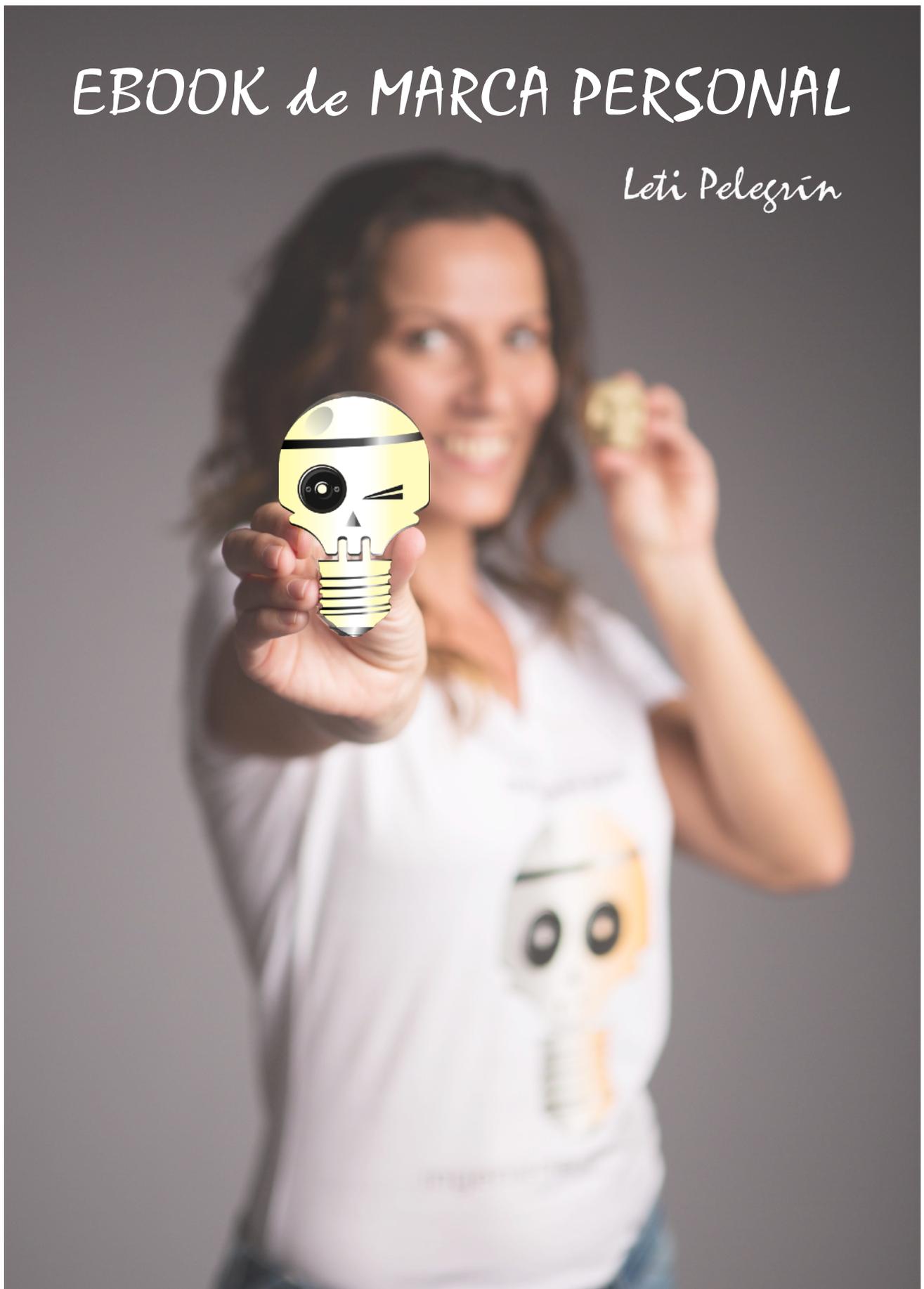


# EBOOK de MARCA PERSONAL

*Leti Pelegrin*





## *¡Hola! Soy Leti Pelegrín*

Antes de pasar a la lectura que tengo preparada para ti voy a presentarme para conocernos un poco mejor.

Soy entrenadora personal y consultora desarrollando marca personal para profesionales del fitness y la salud.

Soy de Barcelona, y hace 2 años, después de un par de décadas revoloteando por gimnasios y empresas del sector y lancé al vacío emprendiendo en lo que hoy es mi trabajo.

Según mi madre he estudiado más que un ministro; MBA Deusto Business School, licenciada INEFC (colegiada nº58885), tengo un posgrado en marketing digital y me gusta estar en formación continua para avanzar.

Resumen: soy una puñetera mente insaciable

Mi madre es ama de casa, mi padre trabajó en seguros toda la vida, ya está jubilado y mis hermanos trabajan por cuenta ajena, así que soy la única pirada que me he tirado a emprender como una loca.

El camino es complicado, no os voy a engañar, pero es como hacer un master de la vida directo en vena. Después de porrazos y porrazos ¿sabes cuál ha sido la mejor solución? Invertir mi tiempo y dinero en Mi Marca Personal.

Soy madre de un preadolescente que me vuelve loca y de una niña que me deshace. Mi marido es exjugador profesional de Baloncesto y a parte de ser un padrazo, tiene una paciencia enorme conmigo. Ya sabes...soy mujer inquieta y eso arrolla a cualquiera, pero ya son muchos años juntos, así que hemos conseguido respetar el espacio de cada uno y comprenderlo.

¡Venga vamos al lío!

# Por dónde empezar a trabajar tu Marca Personal

Para empezar a trabajar tu Marca Personal, vamos a pasarte el escáner, ¿preparado? empieza respondiendo rápido las siguientes peculiaridades tuyas:

¿Cuáles son tus valores?

¿Qué puedes aportar a la sociedad como persona y como marca?

¿Peculiaridades que te hacen diferente al resto?

Hobbies y aficiones

¿Qué opinan los que te quieren sobre ti?



## *¿Qué es tener una Marca Personal?*

Todo tenemos una marca personal, pero pocas personas saben cómo explotar todo su potencial profesional, por eso voy a explicarte qué es y cómo vas a poder dar los primeros pasos para profesionalizar la tuya.

La marca personal es un concepto que consiste en considerarse a uno mismo como marca con el fin de diferenciarte de los demás utilizando estrategias y técnicas de Marketing que te ayuden a potenciar tus relaciones sociales y profesionales.

### **TU MARCA PERSONAL ES TU MEJOR ACTIVO**

¿Qué es lo más importante para empezar ?

Decidir ponerte manos a la obra y grabarte a fuego esta frase:

**Voy a ser constante y paciente con mi marca personal porque trabajarla es una carrera de fondo.**

Trabajar tu marca personal no es ninguna varita mágica que te va a elevar al estrellato. Pero sí que vas a poder conseguir nuevas oportunidades laborales trabajando para terceros o si eres autónomo, que vas a poder posicionarte mejor, ganando visibilidad para así tener un peso y autoridad en tu sector.

¿Por dónde empiezas para conocer la percepción que los demás tienen de ti?

Pregunta, haz un poco de “egosurfing”, googléate para ver si lo que aparece sobre ti en internet es realmente lo que tú quieres proyectar. Es momento de utilizar las redes sociales como uno de tus mejores aliados para desarrollar una marca personal acorde a lo que quieres.

## *Ventajas de trabajar tu Marca Personal*

- Te permitirá ganar autoridad y relevancia en tu sector
- Darás un paso adelante a nivel de comunicación
- Tendrás una estrategia definida de hacia dónde quieres ir
- Podrás ganar poder de influencia sobre los demás (no significa tener muchos seguidores, sino que los que tienes confíen en ti)
- Generarás una entrada continua de clientes con estrategias de captación de clientes
- Conocerás tu tono de marca pudiendo transmitir a tu audiencia justo lo que quieres
- Aumentarás tus ingresos si consigues ser constante y calar en tu mensaje con un servicio top
- Ganarás fidelidad entre tus clientes
- Podrás convertirte en un afiliado de otras marcas y cobrar por ello
- Podrás cobrar más por tus servicios porque serás una marca puesta en valor
- Transmitirás honestidad y transparencia, lo que te hará ser más auténtico y sentirte más seguro contigo mismo.

Tu valor como persona estará en alza con una marca personal bien trabajada.

Recuerda que somos muchos entrenadores personales y profesionales de la salud que dependemos profesional y económicamente de nuestra marca ;no la podemos dejar a la buena de Dios!

Las empresas trabajan sus marcas en busca de reconocimiento y diferenciación...más de lo mismo ya no impacta. Así que céntrate en trabajar el desarrollo de tu marca personal para conseguir que la impresión que tienen los demás de ella sea duradera y positiva.

**Demuestra ser alguien único e irrepetible y destacarás sobre los clones que hay en el mercado**



## *¿Qué diferencia hay entre una marca de empresa y una marca personal?*

Una pregunta muy recurrente es si eres una marca personal o empresarial, y otra es si tener una marca personal es emprender.

Te respondo a la primera:

- La marca de empresa habla sobre productos o servicios bajo un paraguas de marca empresarial, ahí normalmente el logo resalta por encima de las personas.
- La marca personal no pretende convertir a las personas en objetos, sino que se destaquen sus características profesionales positivas. Ahí debe primar tu imagen como persona.

Recuerda una cosa; la gente no quiere hablar con las marcas ni con logotipos, la gente quiere hablar con otra gente sobre las marcas.

Esto no significa que no debas tener imagen corporativa, sino que debe estar supeditada a ti, así que pon tu cara como foto de perfil en tus redes si estás trabajando tu marca personal y deja el logo en un segundo plano.

Y respondiendo a la segunda: puedes trabajar tu marca personal trabajando para terceros y aportando valor dentro de la misma empresa, ya sea gimnasio, clínica, centro de fisioterapia.

Emprender significa montar un negocio y vivir de ti mismo o de ti y del trabajo de los otros. Es algo que se suele confundir, porque hay muchos autónomos que se meten en el saco de emprendedores.

Pero te diré algo; para emprender hay que tener una mentalidad emprendedora. O sea llena de ganas de innovar continuamente, de crecer profesionalmente, de sacar ideas nuevas y servicios..Eso es tener una mentalidad emprendedora. Y muchos profesionales, en ciertos momentos no tienen esas características, pero por circunstancias se han visto empujados a hacerse autónomos y a buscarse la vida. Es entonces sin duda más cuando uno debe trabajarse su marca personal.

¿Te he aclarado algo con esto? Espero que sí, porque está todo lleno de consultores que te ayudan a emprender, y para mí es clave que se tenga esa mentalidad, sino...las probabilidades de éxito serán bajas, ya que emprender es un camino que sólo lo puedes ir allanando si la pasión por lo que haces es superior a las piedras con las que te cruzas.

Ahora vamos con la pregunta de 1 millón:

¿Si trabajo mi marca personal pero trabajo dentro de una empresa, me puede traer problemas?

No debería en absoluto, porque tu marca personal es tu mejor activo, y va contigo como una mochila, pero como todo es cuestión de: COMUNICACIÓN. No se trata de ir repartiendo Flyers con tu logo por el gimnasio, sino de que los clientes que asisten y tus superiores y compañeros tengan claro aquello peculiar y diferente que aporta tu marca.

Actualmente muchas empresas verifican la marca personal de sus trabajadores y aspirantes a cualquier puesto de trabajo a través de las redes sociales. Así que muéstrate en ellas como realmente eres, natural y sabiendo que esa es la percepción que va a tener tu audiencia de ti.

**SI NO EXPLOTAS TU MARCA PERSONAL....SERÁS VISTO COMO UNA  
MARCA BLANCA**



## *¿Cómo elaboro mi estrategia de marca personal?*

Si quieres ser un profesional diferente, antes de pensar en la estrategia que debes seguir, céntrate una cosa; *en ayudar*, así que recuerda una frase que a mí me ha venido de lujo:

### **Primero genera relación y luego vendrá la transacción**

Intentar vender y subir publicaciones sin ton ni son será un error para potenciar tu marca. Debes explotarla poniendo en valor tu trabajo, tu formación y tu experiencia. Ayudar a los demás sin esperar nada a cambio será tu punto de inicio para empezar a darte a conocer. Así que comunica aquello que puedes aportar y en lo que puedes ayudar ¿te parece?

Las nuevas generaciones y tiempos marcan un cambio brutal, y está centrado en que somos seres sociales debemos trabajar con el fin de ayudar.

Después de trabajarte una relación sin intereses de por medio, vendrá la transacción, el poder monetizar tu cuenta de instagram o tu web, o que te contraten como entrenador, [letipelegrin.com](http://letipelegrin.com)

629 21 63 63

letipelegrin@gmail.com

fisioterapeuta, Nutricionista o psicólogo. Pero será el propio cliente el que decida si tu ayuda es la que necesita o no. Las estrategias Pull son las más interesantes en marketing, las Push o de empuje, son ya de otra época pasada.

Tu marca personal es tu nuevo curriculum vitae así que céntrate en:

- Destacar tus **habilidades** por encima de tu formación (tu formación se da por supuesta; no vas a ser entrenador sin estudios y hacer dietas sin tener titulación...)
- Trabaja tu perfil en redes sociales (es un elemento de consulta de los más utilizados, estamos expuestos, así que cúrratelo para mostrar lo que quieres)

Las REDES SOCIALES abren un mundo de posibilidades de relaciones profesionales, te permiten mostrar de forma fácil y gratuita tu trabajo, cómo te superas, tus competencias profesionales.

SER UN INFLUENCER ES COMPLICADO,  
PERO CONVERTIRTE EN UN PERFIL DIFERENTE NO LO ES TANTO

¿Qué debes hacer primero?

- Fíjate unos **objetivos**:

¿qué quieres conseguir como marca personal profesionalmente? Para ello debes pasar por 3 fases:

- Analítica
- Estratégica
- Operativa

## Análisis

Analiza a tu competencia, es sin duda tu mejor consultor

Analiza tu entorno, sector, ubicación, oportunidades nuevas, amenazas por si hay que crear un plan B...

Autoanálisis; ¿en qué eres potente como punto de partida?

Target Market: a qué tipo o tipos de clientes puedes ayudar (cuanto más nicho más fácil será entrar en él y hacer ruido, hazme caso aunque te parezca un mundo acotar este punto)

¿En qué red o redes sociales tienes que estar? Menos es mejor también, o te volverás loco de remate para gestionarlo todo si estás sólo

## Estrategia

Qué quieres conseguir: fíjate unos indicadores medibles

Qué vas a hacer para conseguir esos objetivos numéricos

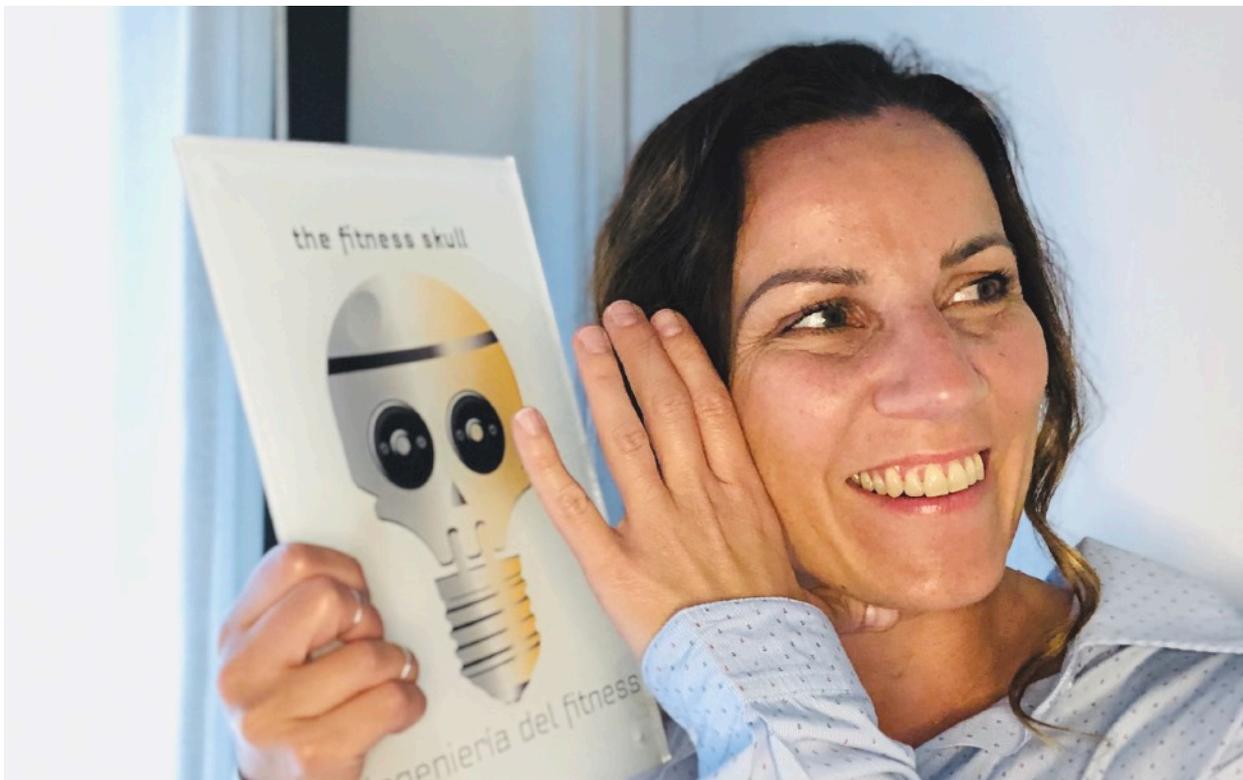
Qué acciones te van a hacer ganar visibilidad

Qué objetivo tienen esas acciones: branding (ganar seguidores), aumentar tu base de datos, monetizar a mis clientes...??

¿En qué red o redes sociales tienes que estar? Menos es mejor también, o te volverás loco de remate para gestionarlo todo si estás sólo

Táctica/Operatividad
¿Controlas tus campañas publicitarias?
Cada cuánto vas a lanzar novedades
Cómo vas a calendarizar tus redes
Cuándo vas a generar contenido de valor para tu audiencia
Qué mensajes vas a repetir para que calen

CREAR UNA MARCA PERSONAL REQUIERE IMPLICACIÓN Y MUCHO MIMO





## *10 Errores que debes evitar al crear tu marca personal*

1	Pensar que no tienes marca personal (googléate y verás)
2	Perder naturalidad y autenticidad, queriendo ser raro para diferenciarte. Resalta tus peculiaridades pero no las finjas
3	Intentar gustarle a todos. Una vez en la palestra, tendrás lovers y tendrás haters, debes inmunizarte a ello y mantenerte fiel a tus valores de marca
4	Confundir marca personal con marketing. Estamos hablando de personas aquí, no de productos, ni de colores, ni de logotipos
5	Confundir visibilidad con autobombo. Ganarás visibilidad si consigues atrapar a tu audiencia con información que a ellos les interese, porque con ello seguro que compartirán tus contenidos
6	Tu marca personal no se desarrolla sólo desde tus redes sociales, hay que moverse, tu presencia física en eventos de networking u otras actividades es fundamental
7	No se trata de hacerte famoso y tener muchos followers, sino de obtener reputación y autoridad como profesional

8	Para desarrollar tu marca personal hace falta mucho dinero. Error! Hace falta invertir tiempo, tener una estrategia y dejarte guiar por un buen profesional en lo que no llegues.
9	Ponerte un nombre artístico difícil de recordar. Lo ideal es utilizar tu nombre y apellido, si ya están en uso, entonces agudiza el ingenio pero el exceso de originalidad juega malas pasadas. Te lo digo por experiencia
10	Empezar por un logo guay y una web “fantasticular”. Ambas cosas serán la guinda del pastel, pero nunca el principio

## Marca Personal vs Marca Profesional

Vamos a aclarar este par de conceptos:

- **Marca Personal** hace referencia a las características que tú mismo como individuo transmites y que son así percibidos por tu audiencia, trascendiendo como persona el ámbito laboral
- **Marca Profesional** hace referencia a las características a nivel técnico: conocimiento y experiencia laboral que son percibidos por tus redes de contactos.

Desarrollar correctamente tu Marca Personal te permitirá desarrollar en paralelo tu Marca Profesional

Así anótate a fuego algunas “cosillas” importantes:

- Somos lo que la Red dice que somos
- Sé auténtico y natural: base para ganar credibilidad
- Intenta que se entienda tu mensaje y que te referencien
- Debes ser activo y tener presencia en tus redes
- Planifica y mide lo que publicas
- Tu reputación es el juicio que tienen los otros sobre ti
- Mantén un discurso coherente y consistente
- Tendrás brandlovers y haters, amantes y detractores que deberás atender, escuchar y moderar



## *¿Te mena eso del storytelling?*

Seguro que a estas alturas del Ebook tienes la cabeza como un bombo, pero Relax que vamos por buen camino y además todo requiere su punto de cabreo para ir dando forma a tus ideas.

Para conectar mejor lo ideal es que te preguntes: ¿Cuál es mi historia? Y que tu mensaje, tanto en redes como en tu web o blog, lo vayas salpicando de tintes personales e historias que traspasen.

La **emoción** que le despierta a otra persona leer un mensaje y sentirse identificado con él es la leche, y hay que ir a ese punto para dejar de ser unos auténticos loros y repetidores de mensajes banales que rondan por la red a modo de motivación constante.

Escribe varios mensajes que te gustaría transmitir y repítelos con tintes personales cada vez que hagas un redactado para tu audiencia o clientes



## Jugando a Planificar

Sabemos que muchas veces como persona física las cosas que te pasan no se pueden planificar...pero a nivel de marca profesional -personal debes establecerte una **Meta** para poner orden al asunto.

Por ejemplo: mi meta es llegar a ser entrenador personal independiente, autónomo y que no dependa de un gimnasio únicamente

**Objetivos;** los objetivos serán aquellos hitos que te tienes que fijar y que debes intentar conseguir marcándote unos tiempos y usando unos recursos determinados. ¿Qué pasa si no consigues estos objetivos? Por ejemplo: conseguir 3 clientes más al mes durante 4 meses. No pasa nada, debes parar: echar 2 pasos atrás y revisar:

¿Qué mensaje estás dando?

¿No te contratan por precio?

¿No estás sabiendo destacar lo extraordinario?

Y luego decide entre 2 cosas:

1. Voy a perseverar en el mensaje
2. Voy a pivotar mis servicios y crear algo diferente

Al final recuerda: bajo tu paraguas de marca, puedes hacer lo que quieras y cuando quieras, pero hazlo con sentido común. De todas las ideas que lancen, algunas te funcionarán y otras no ¡pero relax! Será cuestión de ir probando una tras otra, no todas a la vez, y de ver lo que al público final le gusta o no le gusta de lo que tú puedes aportar.

**Recursos:** se trata de los contenidos que vayas a poner en tu planificación ya sean:

- Humanos: determina qué clientes saldrán, proveedores, colaboradores...
- Económicos: ¿cuánto invertirás y con qué frecuencia?
- Horarios: distribuye los momentos que vas a utilizar para trabajar en serio tu marca personal: ya sea a la semana, por día, por momentos..
- Calendario de acciones: cuando tengas fijada la meta, objetivos y recursos debes trazar una estrategia de comunicación:  
¿cuándo publicar? ¿dónde publicar? ¿qué publicar? ¿cómo lo mido?...

## *Calendariza tus redes*

Créate un calendario editorial según las redes en las que quieres comunicarte y según el objetivo estratégico que tengas.

Detalla en un excel:

1. Red o redes en las que publicarás : instagram, facebook, youtube, podcast, blog...
2. Contenido por semanas; te recomiendo incluir en el excel 5 cuadrantes para los meses que tienen 5 semanas o bien rellena hasta la semana 4, si tiene 4 semanas
3. Días; inicialmente conviene postear casi a diario para ir cogiendo la dinámica; luego las estadísticas te irán marcando qué día es más potente, hora y contenido que tiene más engagement para tu público objetivo
4. Prioriza la calidad del contenido por encima de la cantidad. Si no tienes nada que aportar, súbete a stories algo ya publicado antes, o repite algún post que haya gustado. Tu audiencia no lee el 100% de lo que publicas, así que repetir no es tan malo como crees

TIP: cada vez que publicas es una incógnita cómo va a responder tu audiencia, así que no te dejes arrastrar por los comentarios o falta de likes, lo importante es mantener una calidad y continuidad en la creación y publicación de contenido.



## *Branding: Tu parte estética*

Te voy a dar uno de mis consejos favoritos:

**NO SÓLO HAY QUE SER BUENO, SINO TAMBIÉN HAY QUE APARENTARLO**

Crea tu propio libro de estilo ¿qué significa esto?

Que debes intentar que tu comunicación sea homogénea, creándote tu propio manual de estilo. Debes intentar crearte un marketing visual que sea fácilmente reconocible diferente y con toque personal y profesional. Para eso hay multitud de app's intuitivas que puedes utilizar para tus creatividades. De todas formas, como todo, para poder definir una base, lo ideal es contratar los servicios de un diseñador y luego poder hacerte tú mismo tus plantillas.

Lo mismo pasa en la parte de redactados y comunicación, es tan importante lo que parece como lo que dices, así que en las sesiones de mentoría en las que desarrollo marca personal le doy mucha importancia a: Cómo das el mensaje. Aprender algunos tips para saber escribir y redactar correctamente (copywriting) es brutal para optimiza tu tiempo y hacer que tu mensaje atraiga todavía más a tu lector o audiencia.

<b>Tono de marca</b>	<b>Imagen Corporativa</b>	<b>Tipografía</b>	<b>Gama de colores</b>
Define el logo de tus comunicaciones:	Logotipo; sólo lleva texto	Anota aquí las fuente que vas a utilizar en tus distintos diseños:	Define qué colores vas a utilizar anotándolos para que sean homogéneos en tus publicaciones e incluso en la parte de marketing offline, sobre papel que puedas tener
Cercano	Isotipo; es la parte simbólica de las marcas, y suele ir unida al logotipo	• Título	
Formal		• Subtítulo	
Honesto		• Cuerpo	
Humorístico	Isologo: está formado por un texto+icono pero se encuentran fundidos en el mismo elemento		
Informal			
Divertido			
Campechano			

Nota; en las sesiones de mentoría de desarrollo de marca personal le dedicamos tiempo a esta parte más visual, definiendo bien la esencia para transmitirla a tu imagen corporativa, la gama de colores, los arquetipos de tono de marca para hacer unos redactados top...



*¿Te explico cómo lo estoy haciendo yo?  
Sin duda surfear las olas compañero*

Hace más de 25 años que estoy en el mundo del fitness, muchas veces con contratos bastante precarios y desde hace unos 10 años estoy como autónoma. Durante un tiempo facturando a terceros pero sin montar mi marca personal, sino trabajando bajo el paraguas de la empresa.

Hace casi 2 años emprendí, me puse un nombre raro raro raro y monté la empresa The Fitness Skull casi como si hubiera montado una multinacional: secretaria, profesores, fiesta de inauguración por todo lo alto y lanzando 3 vías de negocio diferente.

Desde hace poco decidí reconducir viendo que el cliente lo que más consume de mí es en lo que considera que soy buena: el desarrollo de marca personal mediante mentorías. Entonces ¿qué hay que hacer?

## *Poner FOCO:*

Cliente	Servicio	Mensaje
¿Quién me consume mis servicios? ¿Qué le preocupa o necesita?	¿Cómo le doy solución a esa necesidad que tiene el cliente?	¿Cómo se lo voy a decir y cuántas veces tengo que repetir el mensaje?

Y ahora tatúate esto;

Afina en 1 cliente – 1 servicio – 1 mensaje  
Repite el mensaje con frecuencia, hasta que quede

### *¿Qué cosas he hecho yo y sigo haciendo?*

- He gastado la vida de tiempo y dinero en formaciones y mentores que me han ayudado a crecer y organizarme mejor : carrera, posgrado, MBA, cursos,...
- He metido horas interminables en crear contenido propio, en leer a gente que me inspira, en acudir a eventos que me enriquecen. Y lo voy a seguir haciendo, de hecho siempre tengo mi iPhone a punto, mi aro de luz, micro y trípode listos para grabar
- Cada 6 meses reviso mi estrategia y miro si me tengo que adaptar a los continuos cambios de mi sector y la respuesta suele ser: "Sí morena; es momento de lanzar algo nuevo o de retirar algo que a la gente no le interesa." Si algo tenemos claro en esta vida es el continuo cambio.
- Intento aprender rápido de las campañas de publicidad que hago y pagar a un consultor que me ayude a mejorarlas
- Me encanta cuidarme y entrenar. Entrenar fuerza cada día me hace sentir bien y además como entrenadora personal debo ser ejemplo de mis clientes.
- Soy una apasionada de la moda, así que siempre que puedo me distraigo con revistas de moda y juego con mi armario: ¿qué me pongo para la mentoría de hoy? Eso me mola mucho y me mantiene con el ego subidito
- Y por supuesto no paro de estar en contacto con compañeros que controlan herramientas digitales: email marketing, desarrollo web, diseño gráfico...



*Leti Pelegrin*

*La constancia ha sido mi mejor arma*

*Es el fin de las excusas, arrancas solo o te ayudo a  
arrancar pero dale gas que te están cogiendo ventaja*

¡Al 1er café virtual invito yo! Escíbeme